

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN & PERANCANGAN KARYA

Pada Bab III, penulis akan mencantumkan data-data yang berkaitan dengan profil perusahaan beserta keterangan-keterangan terperinci tentang seluk beluk perusahaan, berikut dengan metodologi perancangan yang digunakan untuk desain web pada organisasi atau perusahaan tersebut.

3.1 Metodologi Penelitian & Perancangan Karya

Pada BAB III ini, menjelaskan tentang metodologi dan perancangan karya pada proses Pembuatan Website Company Profile CV.Tunas Jaya berbasis ASP.Net. Bab ini juga memberikan penjelasan tentang konsep atau pokok pikiran sebagai dasar pembuatan rancangan karya. Metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan interaktif ini mengacu pada sistem SDLC (System Development Life Cycle). Menurut Aji Supriyanto (2005: 272) metode SDLC adalah metode yang menggunakan pendekatan sistem yang disebut air terjun (*waterfall approach*) dimana setiap tahapan sistem akan dikerjakan secara berurut menurun dari perencanaan, analisa, desain, implementasi, dan perawatan.

3.1.1 Tahapan Perancangan Karya (*Planning*)

Tahapan perancangan karya multimedia interaktif adalah dengan melaksanakan studi kelayakan seperti proses pengumpulan data, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisa data.

3.1.2 Teknik Pengumpulan Data

Proses Pembuatan website company profile media promosi CV. Tunas Jaya ini menggunakan metode pengumpulan data yang dibedakan berdasarkan sumbernya yaitu: metode pengumpulan data primer dan metode pengumpulan data sekunder.

1) Metode Pengumpulan Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan disatukan secara langsung dari objek yang diamati untuk kepentingan studi yang bersangkutan.

Metode pengumpulan data primer yang digunakan adalah sebagai berikut:

a) Metode Observasi

Pengumpulan data dengan melihat, meninjau dan mengamati langsung ke lapangan untuk mendapatkan data untuk diamati. Teknik observasi adalah teknik pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap fenomena-fenomena (Hadi,1984:31). Observasi ini dilakukan dengan pengamatan secara

langsung ke kantor CV. Tunas Jaya, mengamati situasi dan lingkungan dari perusahaan tersebut dengan bantuan instrument alat tulis dan kamera digital.

Berikut ini adalah hasil observasi yang didapat dari mengamati perusahaan CV. Tunas Jaya dan para perusahaan saingannya. Sebuah perusahaan jika ingin hasil usahanya berkembang, diperlukan media promosi yang tepat. Media promosi tidak hanya sekedar media cetak, sekarang ini media promosi / sistem pemasaran sebuah produk / jasa kini bisa juga disampaikan ke masyarakat luas secara online melalui website company profile perusahaan tersebut. Dengan promosi secara online, dapat memudahkan perusahaan mengenalkan produk / jasanya secara cepat dan tepat. Oleh karena itu, kini promosi online mulai diminati perusahaan-perusahaan guna sebagai media promosi.

Disaat sedang observasi ke CV.Tunas Jaya, didapatkan bahwa di perusahaan Tunas Jaya tidak memiliki website company profile yang bisa mempromosikan jasanya secara online sekaligus mengenalkan perusahaan CV.Tunas Jaya ke masyarakat luas. Sebaliknya, perusahaan saingannya, sudah banyak yang mempunyai website company profile sebagai media promosi yang bisa diakses oleh semua orang. Oleh sebab itu, CV.Tunas Jaya kalah bersaing dengan perusahaan yang memiliki media promosi secara online yang disebut website company profile. Bapak Yudha Bahaluwan sebagai pemilik perusahaan CV.Tunas Jaya pun merasa cemas akan masa depan pe-

rusahaannya itu. Akhirnya saya menawarkan diri untuk membuat website company profile perusahaannya sebagai media promosi online.

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil observasi adalah seiring perkembangan zaman perusahaan yang telah lama ataupun baru mulai berdiri, mulai melirik media promosi dan media promosi secara online yang bernama website company profile dikarenakan metode promosi online merupakan media promosi yang cepat.

Dalam observasi tersebut diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

a. Media Promosi Online

Media Promosi Online merupakan Media Promosi baru yang mulai dilirik sebagai salah satu media promosi yang cepat .

b. Website Company Profile

Media Promosi Online merupakan Media Promosi baru yang mulai dilirik sebagai salah satu media promosi yang cepat .

b) Metode Wawancara

Metode pengumpulan data adalah metode yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab sepihak, dan dilakukan dengan sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Metode pengumpulan data dengan cara mengadakan percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua belah pihak yaitu pewawancara dengan yang diwawancarai (Moelong,2001:62). Penulis menggunakan metode wawancara terbuka yaitu

tanya jawab secara langsung, dengan instrument alat tulis. Penulis melakukan sesi wawancara bersama Bapak Yuhda Bahaluwan selaku Direktur Utama CV Tunas Jaya. Wawancara dilaksanakan di CV.Tunas Jaya yang bertempat di jalan Raya Menganti no. 224 , Gresik.

Beliau menyatakan bahwa selama ini, CV. Tunas Jaya yang dikenal sebagai perusahaan yang dinamis tidak menerapkan media promosi / pemasaran secara online. Selama itu pula, yang diandalkan untuk mengembangkan usahanya dari cara promosi melalui mulut ke mulut, ataupun langsung mendatangi klien nya menawarkan jasa perusahaannya tersebut. Semakin canggihnya zaman, media internet sudah merebak dimana-mana dan beliau menilai bahwa perusahaannya kalah saing dengan perusahaan-perusahaan dengan bidang serupa yang baru.

Media promosi / pemasaran online merupakan sebuah inovasi baru dalam dunia perdagangan yang dinilai merupakan media promosi yang kreatif dan cepat demi perkembangan perusahaan. Selain media ini merupakan media yang terencana dalam sebuah pemasaran, tampilan media ini bisa juga di desain sekreatif mungkin agar orang yang melihat bisa tertarik oleh barang yang perusahaan tersebut jual.

berdiri, tetapi mampu menerapkan media promosi yang baik.

Maka dari itu, Bapak Yuhda bahaluwan ingin menerapkan media promosi yang kreatif dan bisa dilihat oleh masyarakat luas, sehingga bisa lebih memajukan usahanya ke tahap yang lebih besar lagi. Oleh karena itu, media promosi dengan menggunakan website company profile salah satu yang

dipilih bapak Yuhda Bahaluwan sebagai media promosi perusahaannya. Selain sebagai media promosi, website company profile CV.Tunas Jaya akan digunakan sebagai media untuk memperkenalkan perusahaan secara terperinci ke masyarakat luas. Selain itu juga, bapak Yuhda Bahaluwan juga akan memberikan diskon di saat-saat tertentu, dan itu akan ditampilkan di dalam website nya tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa dalam proses mengembangkan usaha, diperlukan media promosi yang kreatif. Sehingga bisa membuat perusahaan yang kita kelola menjadi lebih terkenal dan lebih maju lagi.

Kesimpulan yang dapat diambil dari data diatas yaitu :

a. Media Promosi Online

Bapak Yuhda Bahaluwan selaku Direktur Perusahaan CV.Tunas Jaya menginginkan media promosi yang kreatif yaitu media promosi secara online

b. Website Company Profile

Selain sebagai media promosi, website company profile CV.Tunas Jaya akan digunakan sebagai media untuk memperkenalkan perusahaan secara terperinci ke masyarakat luas.

2) Metode Pengumpulan Data Sekunder

a) Metode Kepustakaan

Metode ini menggunakan literatur untuk data komparatif dalam menunjang semua data yang diperoleh dari berbagai sumber kepustakaan untuk memperoleh teori- teori dan mempelajari peraturan-peraturan yang berhubungan dengan penulisan ini dan menunjang keabsahan data yang diperoleh di lapangan (Moleong, 2001: 113). Metode kepustakaan adalah mencari data literatur yang berhubungan dengan desain komunikasi visual, meliputi buku, koran, majalah, kamus (Kamus Besar Bahasa Indonesia, dan Kamus Bahasa Inggris-Indonesia), internet, dan media komunikasi lainnya yang erat kaitannya dengan objek permasalahan (lampiran-lampiran informasi yang ada). Berikut beberapa buku yang digunakan sebagai acuan dalam pembuatan tugas akhir multimedia interaktif ini yaitu:

- a. *Pengantar Teknologi Informasi* oleh Aji Supriyanto yang memberikan penjelasan tentang metode SDLC (*System Development Life Cycle*).
- b. *Pendidikan Ahli Pemrograman Sistem Informasi dan web* oleh Institut Teknologi Sepuluh November yang memberikan penjelasan tentang ASP.net dan website.
- c. *WebDatabase Programming dengan C#* oleh Ruth yang memberikan penjelasan seputar Database ASP.Net.

- d. *Microsoft Active Server Pages Belajar Sendiri* oleh Andy Kurniawan yang memberikan informasi tentang ASP beserta langkah-langkah dalam membuatnya.
- e. *TIPOGRAFI “Setiap Font Memiliki Arti”* oleh Indiria Maharsi, M.Sn. yang memberikan informasi tentang Teknik Tipografi dan bermacam macam bentuk font.

Dalam Literatur tersebut diperoleh data sebagai berikut:

a. Website Company Profile

Web Company Profil adalah Website yang digunakan untuk mengenalkan image perusahaan di dunia internet melalui sebuah website. Perusahaan Anda akan mudah ditemukan calon customer, partner dan stokholder Anda.

Tujuan utama dalam pembuatan company profile (profil perusahaan) adalah mendekati lingkup segmen pasar baru yang penting dalam pertumbuhan bisnis suatu perusahaan. Hal ini dapat diarahkan kepada investor potensial jika Anda mencari pendanaan, pelanggan baru, untuk memperluas bisnis anda atau mencari sumber daya baru dalam hal ini SDA maupun SDM yang berkualitas yang dapat membantu pertumbuhan dan perluasan perusahaan.

Oleh Karena itu, Web Company Profile merupakan salah satu media yang bisa menjadi media promosi CV.Tunas Jaya

b. ASP.Net

Active Server Pages .NET (sering disingkat sebagai ASP.NET) adalah kumpulan teknologi dalam Framework .NET untuk membangun aplikasi web dinamik dan XML Web Service (Layanan Web XML). Halaman ASP.NET dijalankan di server kemudian akan dibuat halaman markup (penanda) seperti HTML (Hypertext Markup Language), WML (Wireless Markup Language), atau XML (Extensible Markup Language) yang dikirim ke browser desktop atau mobile.

ASP.NET merupakan komponen Internet Information Services (IIS). Oleh karena itu, untuk menginstalasikan ASP, harus juga menginstalasikan IIS. ASP.NET adalah komponen utama Window yang membuat IIS dapat menjalankan aplikasi yang berbasiskan .NET.

Keuntungan menggunakan ASP.Net yaitu :

1. Dapat menghemat jumlah script/code yang dibutuhkan untuk membangun aplikasi besar
2. Source code dan HTML bisa digabung kedalam ASP.NET sehingga lebih mudah dimaintain dan diedit. Hal Ini membuat ASP.NET menjadi lebih flexible dan powerfull.
3. ASP.NET menyediakan kemudahan bagi penggunanya, seperti contohnya mengirim formulir sederhana, autentikasi dari client untuk deployment dan juga konfigurasi website.

4. Dengan built-in Windows authentication membuat aplikasi Anda jauh lebih aman
5. ASP.NET framework dilengkapi dengan tools yang lengkap serta terintegrasi dengan Visual Studio. WYSIWYG editing, drag-and-drop server controls dan juga deployment secara otomatis adalah beberapa fitur yang tersedia di ASP .NET
6. ASP.NET memudahkan dalam proses deployment. Tidak perlu meregister component.
7. Lebih mudah bekerja dengan ADO.NET dengan menggunakan data binding dan feature page formatting yang membuat aplikasi dapat berjalan dengan cepat tanpa adanya masalah performa.
8. Web server memonitor pages, aplikasi, dan komponen secara otomatis. Jika ada hal yang mencurigakan, maka ASP.NET akan secara otomatis mendetectnya.
9. Dari sisi keamanan lebih baik, karena kode/script ASP tidak bisa di tampilkan dari browser

Dapat diambil kesimpulan dari data di atas bahwa ASP.Net merupakan sebuah teknologi untuk membangun web dinamis dengan lebih mudah dan aman.

b) Metode Dokumentasi

Metode pengumpulan data dengan mencatat data-data dari hasil survey baik berupa artikel, selebaran, foto dokumentasi dan sebagainya sebagai data

berupa fakta dan sebagai bukti untuk dipertanggungjawabkan (Nazir, 1988:109). Metode ini di bantu dengan instrument kamera digital.

3.1.3 Marketing Mix Perusahaan

Product

CV. TUNAS JAYA menyediakan berbagai macam produk kebutuhan masyarakat mulai dari jenis minuman, makanan, dan produk buat bayi yang berasal dari merek yang sudah dikenal khalayak ramai.

Price

Product CV. TUNAS JAYA lebih menekankan pada kuantitas produk yang dibeli oleh konsumen dari mulai agen sampai reseller sehingga semakin banyak produk yang dipesan maka semakin tinggi potongan yang diberikan.

Place

Selain sebagai distributor keseluruhan toko di wilayah Menganti, Gresik kota Surabaya, Lamongan, Tuban dan beberapa daerah atau kota lainnya, perusahaan tersebut memiliki 1 gudang induk beserta kantor utama yang terletak di daerah Raya Menganti Gresik. Dimana daerah Raya Menganti saat ini menjadi jalur alternatif utama dari Surabaya menuju Mojokerto, Gresik dan Lamongan, serta juga menjadi penyangga kota Surabaya yang otomatis saat ini pertumbuhan sektor perumahannya berkembang sangat pesat. Hal ini memudahkan CV. TUNAS JAYA

memperluas lagi pangsa pasar kepada konsumen baru dan lebih memperkenalkan produk perusahaan kepada masyarakat luas.

Kompetitor

Kompetitor yang ada saat ini cukup banyak, baik dari segi kualitas dan fasilitas. Untuk kualitas dan harga dari kompetitor cukup berimbang dengan CV. TUNAS JAYA. Sistem promosi yang dilakukan kompetitor hampir sama dengan CV. TUNAS JAYA, dengan cara mengadakan promo ke toko-toko grosir maupun toko-toko kecil, dan juga membagikan brosur.

Adapun pesaing-pesaing menurut manajemen CV. TUNAS JAYA diantaranya adalah :

No	Nama Kompetitor	Jenis Usaha	Kelebihan	Kekurangan
1	CV Podo Trisno	Distributor Produk Jamu	Memiliki 2 cara penjualan : melalui reseller dan juga pembeli dapat langsung melakukan pembelian pada tempatnya Lokasi Strategis	Cakupan usaha hanya satu bidang dan hanya untuk satu kawasan Menganti dan sekitarnya
2	CV Pakde Joyo	Distributor Produk Aneka Minuman	Mengandalkan para Sales bergerilya pada para kustomernya Pembayaran bisa dilakukan dalam beberapa termin	Cakupan usaha hanya satu bidang dan bergantung pada event tertentu seperti lebaran dan hari besar lainnya
3	CV Ayik Jaya	Distributor Produk Gas Rumah Tangga	Menjual segala ukuran dan jenis gas rumah tangga Harganya sangat	Cakupan usaha hanya satu bidang dan hanya untuk satu kawasan Menganti dan sekitarnya

			kompetitif	
4	CV Lancar Jaya	Distributor Produk Onderdil Motor	<p>Menjual segala macam onderdil motor untuk semua jenis merek kendaraan</p> <p>Harganya sangat murah dan tidak terlalu berbeda jauh dari toko-toko besar di Surabaya</p> <p>Lokasi Strategis</p> <p>Para sales melakukan penetrasi pasar sangat massive</p> <p>Pembeli eceran juga diberi kesempatan membeli secara langsung dan harga tidak terlalu berbeda jauh dengan resellernya</p>	Cakupan usaha hanya satu bidang dan hanya untuk satu kawasan Menganti dan sekitarnya
5	CV SDI Jaya	Distributor Produk Bahan Bangunan	<p>Produk yang dijual sangat dibutuhkan oleh kustomer dikarenakan daerah Menganti sedang gencar-gencarnya membangun tempat tinggal</p> <p>Lokasi Strategis</p> <p>Sales Marketingnya banyak sehingga juga melakukan penetrasi pasar diluar kawasan</p>	Cakupan usaha hanya satu bidang

Gambar 3.1 Tabel Kompetitor

Melihat dari pemaparan diatas, hampir semuanya pada lokasi yang strategis dan sales yang banyak tapi memang keseluruhan kompetitor hanya fokus pada 1 jenis produk. Diantara dari produk mereka irisan dari produk yang dijual oleh CV. Tunas Jaya.

Promotion

Dalam memasarkan produk-produknya / jasanya, CV. Tunas Jaya Cuma mengan-dalkan sales promotion untuk datang pada toko-toko sesuai dengan pembagian wilayahnya. Selain itu, juga kadang ikut berpartisipasi pada program toko yang bekerjasama seperti gambar produk akan ada didalam katalog toko dan juga melakukan promosi dari mulut ke mulut saja.

3.1.4 Analisis SWOT Perusahaan

Analisis SWOT merupakan metode yang digunakan sebagai salah satu alat yang digunakan untuk memutuskan kebijakan strategik perusahaan.

A. STRENGHT (KEKUATAN) CV. TUNAS JAYA

1. Menyediakan produk dari merek-merek terkenal yang lengkap dan bervariasi.
2. Memberikan kesempatan para pekerja untuk berkreaitivitas dan maju (memberikan insentif kepada karyawan jika tercapai target kinerjanya).
3. Memberikan pelayanan yang cepat dan terbaik
4. Memberikan harga sesuai dengan jumlah kuantitas produk yang dibeli konsumen
5. Hubungan antara pimpinan dan karyawan terjalin baik

B. WEAKNESS (KELEMAHAN) CV. TUNAS JAYA

1. Proses pemesanan produk tergolong agak lambat karena estimasi waktu pemesanan kurang tepat
2. Adanya kekurangan sumber daya manusia (karyawan)
3. Adanya gangguan teknis dari program komputer, internet dan telephone
4. Sistem yang berjalan ada perusahaan sebagian besar masih manual
5. Jam operasional yang kurang efektif
6. Adanya pengembalian barang (retur)

2. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal berkaitan dengan kesempatan dan ancaman dari luar perusahaan yang mempengaruhi keberlangsungan dari perusahaan.

A. OPPORTUNITY (KESEMPATAN) CV. TUNAS JAYA

1. Banyaknya para konsumen yang membutuhkan produk kebutuhan sehari-hari disekitar Menganti dikarenakan semakin maraknya pertumbuhan perumahan dikawasan tersebut
2. Merebaknya isu produk-produk baru yang palsu bercampur dengan berbagai macam bahan kimia, kami hadir menyediakan produk-produk khususnya makanan dan minuman mempunyai standar yang baik dan berkualitas
3. Memberikan proses training yang baik pada setiap karyawannya agar dapat bekerja sesuai dengan bidangnya masing-masing dengan baik.
4. Semakin berkembangnya jaman, mengubah pola pikir orang dalam informasi produk yang up to date.

B. THREATS (ANCAMAN) CV. TUNAS JAYA

1. Proses distribusi sedikit terhambat akibat arus lalu lintas yang semakin padat
2. Munculnya perusahaan-perusahaan baru yang bergerak di bidang yang sama.
3. Munculnya para pesaing yang menghancurkan harga di area pasar.
4. Adanya perubahan minyak bumi karena harga produk CV. Tunas Jaya terkadang harga produk menyesuaikan kondisi jika ternyata perubahannya sangat signifikan.
5. Barang rusak di ekspedisi pada saat proses pengiriman luar kota dan luar pulau.

3.1.5 Segmenting, Targetting dan Positioning

1. Segmentasi / *Segmenting*

Segmentasi menurut Kotler (2003) dalam bukunya *Marketing Management* yang berjudul *manajemen pemasaran* adalah “*market segmentation is the process of breaking a heterogeneous group of potential buyers into smaller homogeneous groups of buyers, that is with relatively similar buying characteristics or needs.*”

a. Demografis:

- 1) Usia = 25-50 Tahun
- 2) Kalangan Pebisnis
- 3) Jenis Kelamin = Laki-laki/Perempuan

b. Geografis:

- 1) Daerah = Perkotaan dan Industri
- 2) Kepadatan = Kota (Pusat Kota)

3. Psikografis:

- 1) Kelas Sosial (Menengah – Menengah ke Atas)
- 2) Praktis

2 Targetting

Setelah memetakan pasar, tahap targetting seperti namanya adalah membidik kelompok konsumen mana yang akan kita sasar.

1. Target *Audience*

Target *audience* pada website company profile ini adalah swalayan/ toko-toko / rumahan yang ingin memasok barang-barang kebutuhan rumah tangga, terutama makanan dan minuman dengan jumlah banyak (bukan eceran) dan dengan harga yang lebih terjangkau.

3 Positioning

Menurut kotler positioning produk/jasa adalah mengatur sebuah produk/jasa untuk menempati tempat yang jelas, berbeda, dan diinginkan relatif terhadap produk/jasa saingan didalam pikiran konsumen sasaran. (Philip Kotler, 1997, hlm. 47)

1. Positioning

CV. Tunas Jaya adalah perusahaan distributor yang sudah cukup lama berdiri dan cukup terkenal didaerahnya. Sudah banyak pelanggan setia yang menggunakan jasa perusahaan tersebut walaupun sekedar di sekitar daerah tersebut saja. Dikenal dengan perusahaan yang menawarkan harga yang cukup bersahabat.

3.1. Analisa Data

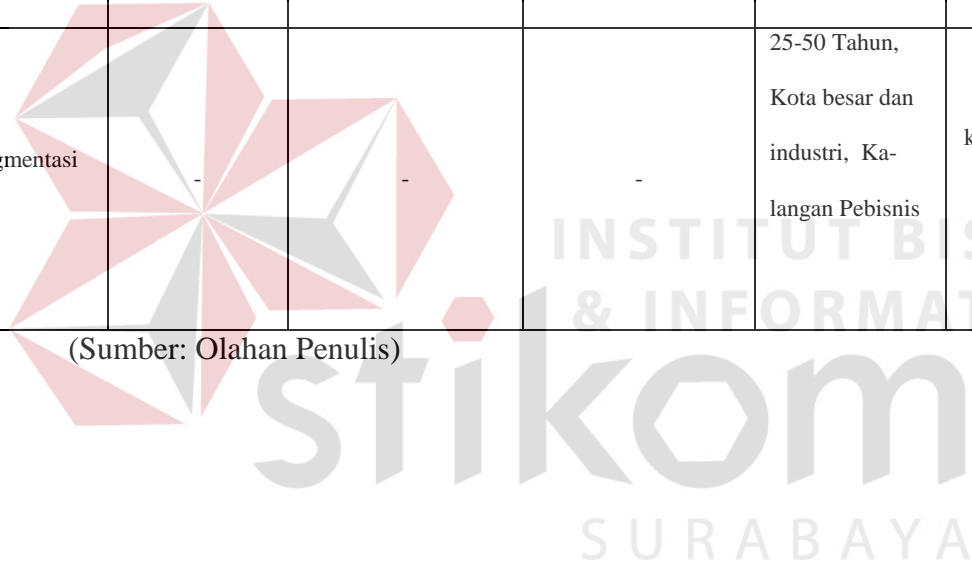
Tabel 3.2 Tabel Analisa Data

Analisa Data						
Indikator	Wawancara	Observasi	Literatur	STP	Kesimpulan	keyword
Media Promosi Online	Menurut bapak Yuhda Bahluwan, promosi online adalah sebuah media baru yang sudah mulai banyak digunakan banyak perusahaan untuk mengenalkan produk /jasa perusahaan tersebut. Oleh karena itu bapak Yuhda Bahaluwan selaku pemilik CV.Tunas Jaya mulai melirik media pemas-	Hasil pengamatan penulis di lokasi menemukan sudah banyak perusahaan menggunakan media promosi online khususnya di daerah Menganti tersebut. Tetapi CV.Tunas Jaya belum menggunakan media online salah satu media promosinya. Perusahaan yang telah menggunakan media pemasaran online, menegaskan bahwa media online salah satu media yang kreatif demi mendukung berkembangnya perusahaan	Media Promosi Online tidak memiliki keterbatasan waktu . Media Promosi Online mengurangi biaya transaksi dan memberikan kontribusi terhadap laba perusahaan dan aman dalam persaingan terhadap pemasaran internasional.pemilik jauh lebih puas karena bisnis aman lebih bermanfaat dan dapat di andalkan.		Media Promosi Online merupakan media promosi yang lebih murah dan kreatif	Murah & Kreatif

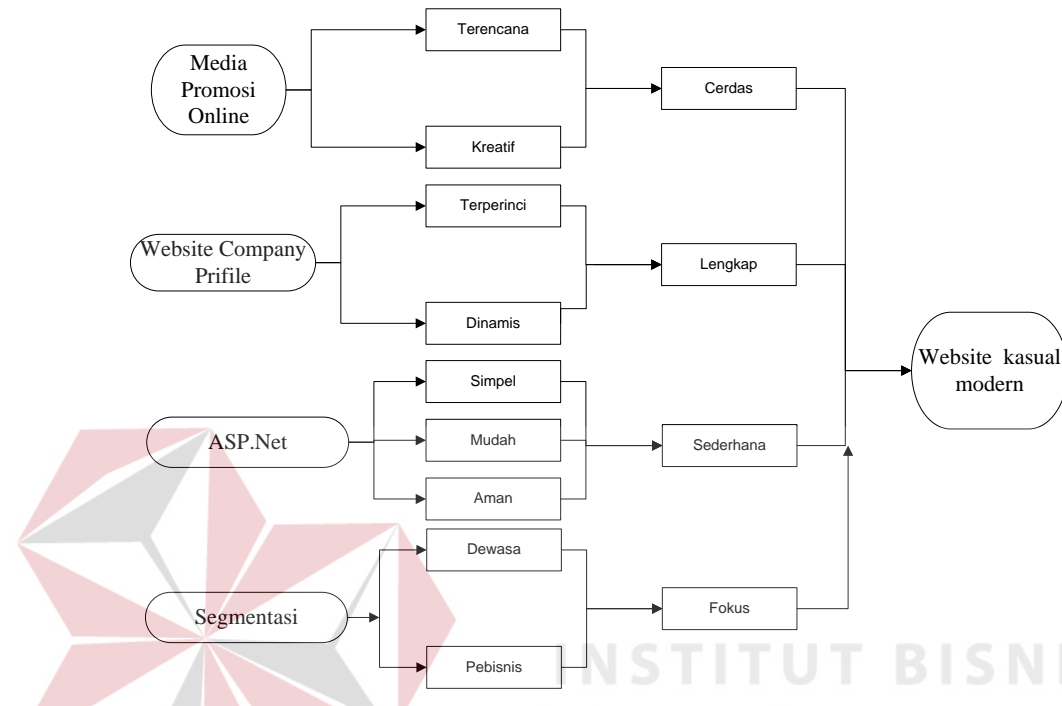
	ran secara online ini	itu sendiri				
Website Company Profile		<p>Disaat sedang observasi ke CV.Tunas Jaya, didapatkan bahwa di perusahaan Tunas Jaya tidak memiliki website company profile yang bisa mempromosikan jasanya secara online sekaligus mengenal perusahaan CV.Tunas Jaya ke masyarakat luas.</p> <p>Sebaliknya, perusahaan saingannya, sudah banyak yang mempunyai website company profile sebagai media promosi dan media perkenalan yang terperinci, terencana dan bisa diakses oleh semua orang.</p>	<p>Tujuan utama dalam pembuatan company profile (profil perusahaan) adalah mendekati lingkup segmen pasar baru yang penting dalam pertumbuhan bisnis suatu perusahaan.</p> <p>Hal ini dapat diarahkan kepada investor potensial jika Anda mencari pendanaan, pelanggan baru, untuk memperluas bisnis anda atau mencari sumber daya baru dalam hal ini SDA maupun SDM yang berkualitas yang dapat membantu pertumbuhan dan perluasan perusahaan.</p>		<p>Website Company Profile merupakan website yang digunakan sebagai media promosi dan media perkenalan tentang perusahaan secara terperinci dan terencana</p>	Terperinci, terencana

ASP.net	-	-	Active Server Pages .NET (sering disingkat sebagai ASP.NET) adalah kumpulan teknologi dalam Framework .NET untuk membangun aplikasi web dinamik dan XML Web Service (Layanan Web XML) secara lebih mudah dan aman.	-	ASP.Net merupakan teknologi yang lebih mudah, dan aman dalam membuat website	Mudah dan Aman
Segmentasi	-	-	-	25-50 Tahun, Kota besar dan industri, Kalangan Pebisnis	Dewasa, Kalangan Pebisnis di kota besar dan industri	Kalangan Pebisnis, Dewasa

(Sumber: Olahan Penulis)



3.1.7 Analisa Keyword



Gambar 3.3 Keyword
(Sumber: Olahan Peneliti)

3.1.8 Makna Keyword

Yang dimaksud “Website yang casual modern” dari keyword tersebut di atas adalah...

Dari data olahan hasil keyword tersebut dapat menghasilkan bahwa Website yang akan dihasilkan bertipe casual modern, yang mempunyai kesan sederhana, penuh motivasi dan selalu fokus tetapi mudah pengoperasian dan aman.

3.2 Konsep Perancangan

Desain Website CV. Tunas Jaya dirancang dengan mengaplikasikan konsep pemasaran dengan nuansa enerjik dan dinamis. Konsep media promosi ini menghadirkan ilustrasi gabungan berupa foto-foto produk yang didistribusikan oleh CV. Tunas Jaya, serta aktivitas layanan yang diberikan dari perusahaan kami. Desain dibuat sederhana dengan mempertimbangkan aspek-aspek keindahan, sehingga akan terlihat menarik bila dilihat oleh audience dalam menerima informasi yang dihasilkan.

Penggunaan bahasa dalam website dengan hanya menggunakan satu bahasa karena hanya membidik audience pada level nasional. Dengan mengandalkan observasi pada perusahaan CV Tunas Jaya. Dalam hal ini menampilkan desain website yang bersifat sederhana dengan menghadirkan beberapa sajian menu, sebagai berikut :

1. Intro
2. Beranda
3. Profil
4. Galeri
5. Produk
6. Kontak Kami

Berdasarkan analisis SWOT yang diaplikasikan dalam perancangan desain website ini maka visualisasi desain website menggunakan ide pemasaran dengan simpel, sederhana dan bersih tapi tetap mengedepankan keunggulan dan ciri khas dari perusahaan sehingga diangkat sebagai perancangan desain website ini. *Desain Flat User Interface* sebagai salah satu bagian utama pada perancangan desain website ini. Dan juga pada menu utamanya ditujukan untuk memudahkan semua pengguna (baik pengguna pemula sekalipun) mendapatkan informasi yang cukup untuk produk-produk yang dipasarkan.

3.2.1. Analisa Warna

Dalam sebuah design penentuan warna merupakan bagian yang sangat penting, warna background, font dan sebagainya. Karena akan sangat berpengaruh terhadap para pengunjung website, dan yang lebih penting lagi warna dapat menjadi sebuah brand. Berikut arti dari setiap warna dasar yang akan kami implementasikan disesuaikan dengan tipe desain web :

1. Warna Biru Muda

Biru adalah warna kepercayaan dan perdamaian. Hal ini dapat menunjukkan loyalitas dan integritas serta konservatisme dan frigiditas. Warna biru juga memiliki arti loyalitas, kepercayaan dan integritas, bijaksana, kehandalan dan tanggung jawab, konservatisme dan ketekunan,

perhatian dan kepedulian, idealis dan tertib, otoritas, pengabdian dan perenungan, damai dan tenang.

	Komposisi warna : C= 86%; M= 49%; Y= 5%;K= 0% R= 0%;G= 124%; B= 194%
--	--

2. Warna Putih

Putih adalah warna yang paling lengkap dan murni, dengan kesempurnaan. Arti warna putih adalah kemurnian, kepolosan, keutuhan dan penyelesaian.

	Komposisi warna : C= 0%; M= 0%; Y= 0%;K= 0% R= 0 %;G= 0 %; B= 0%
--	--

3. Warna Biru

Ungu adalah warna imajinasi. Hal ini dapat berarti kreatif dan individual atau tidak dewasa dan tidak praktis. Arti positif dari warna ungu adalah tidak lazim dan individual, kreatif dan inventif, psikis dan intuitif, kemanusiaan, tanpa pamrih dan tidak terbatas, misteri, fantasi dan masa depan.

	Komposisi warna : C= 96%; M= 86%; Y= 0%;K= 0% R= 14%;G= 49%; B= 200%
--	--

4. Warna Abu-Abu

Warna abu-abu memiliki arti andal, konservatif, bermartabat, netral, tidak memihak, profesional, dewasa, kreatif, klasik, padat, stabil, menenangkan, pendiam, elegan, formal dan diandalkan.

	Komposisi warna : C= 27%; M= 22%; Y= 22%;K= 0% R= 187%;G= 187%; B= 187%
--	---

5. Warna Kuning

Warna kuning melambangkan optimisme, harapan, gembira, santai dan dapat menimbulkan nuansa gembira. Sehingga bisa menjadikannya pelengkap warna pada setiap warna dasar yang ada.

	Komposisi warna : C= 13%; M= 1%; Y= 92%;K= 0% R= 239%;G= 234%; B= 23%
--	---

6. WARNA HITAM

Warna hitam dikaitkan dengan keanggunan dan berkelas, mempunyai makna tradisional yang mempunyai arti kesedihan, ketakutan, dan kematian, namun jika digunakan dengan baik dan benar, warna hitam dapat mempromosikan perbedaan, dan kejelasan dari maksud dan tujuan yang ingin disampaikan.

Komposisi warna :

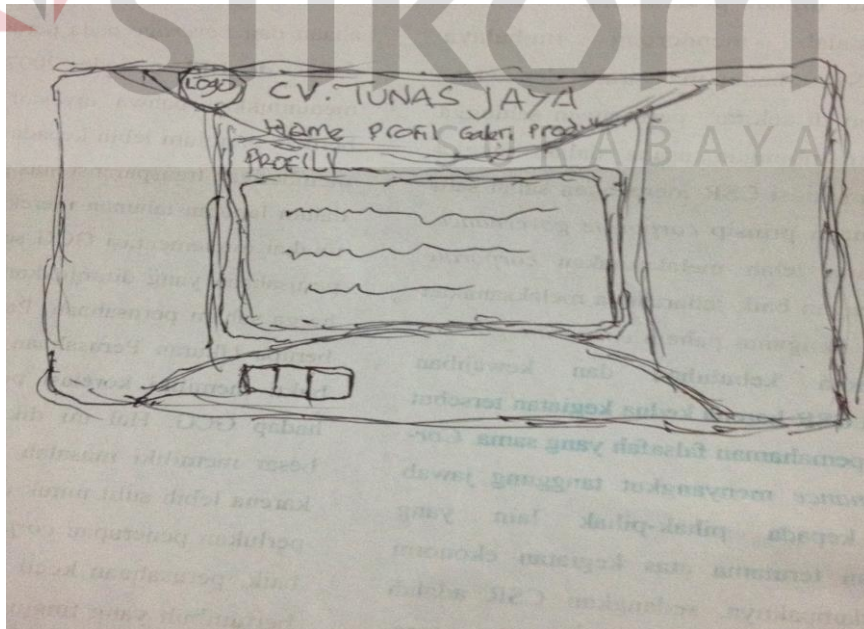
C= 100%; M= 100%; Y= 100%;K= 100%

R= 0%;G= 0%; B= 0%

3.2.2. ILUSTRASI

Ilustrasi adalah gambar (foto, diagram, grafis, peta, dan tanda-tanda lain) yang dapat digunakan untuk membantu mengkomunikasikan pesan dengan cepat, selain itu juga berfungsi sebagai penghias atau penarik perhatian. Disinilah ilustrasi memiliki kaitan erat dengan judul atau unsur-unsur iklan yang lain seperti headline, sub headline, body copy, logo type, slogan dan closing.

Gambar 3.21 Ilustrasi Kasar Desain Layout Website



(sumber : olahan penulis)

Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan desain website ini, menghadirkan ilustrasi gabungan berupa foto-foto produk dan promosi milik CV. Tunas Jaya. Pada desain Front-End menggunakan desain Flat User Interface dimana gaya yang menghilangkan efek seperti bayangan, bevelling, tekstur, dan lain-lain untuk melihat desain terlihat "datar". Itu membuat website tampak terlihat bersih dan elegan. Ini merupakan desain minimalis yang populer dan memiliki potensi untuk terus tumbuh di tahun 2015.

3.2.3. Tipografi

Tipografi adalah seni memilih dan menata huruf pada ruang untuk menciptakan kesan khusus sehingga pembaca dapat membaca semaksimal mungkin (Hendratman, 2010: 24).

Tipografi penting karena kenyataannya hampir semua website di dunia ini terdiri dari teks. Hampir semua website dibuat untuk dibaca. Tipografi adalah faktor terbesar yang mempengaruhi kenyamanan pengunjung. Sebagus apapun desain, ketika tipografinya tidak cocok dan buruk, akan memberikan kesan tidak baik pada pengunjung.

Dikarenakan oleh hal tersebut, maka kami memutuskan untuk memilih komposisi font yang baik dengan menggunakan 2 jenis font, yaitu font serif untuk judul atau tulisan-tulisan besar di website, dan gunakan sans-serif untuk konten. Kombinasi ini sudah menjadi hal umum yang bisa anda lihat di kebanyakan website-website besar di dunia.

Font serif yang akan kita gunakan adalah Georgia, Cambria, dan Times New Roman, sedangkan untuk font sans-serif menggunakan Arial, Verdana, dan Calibri

3.2.4 Anggaran Dana

Berikut adalah rincian anggaran dana pembuatan website company profile ini:

NO	DESKRIPSI	BIAYA
1	LISTRİK	600.000
2	KAOS (2 BUAH)	160.000
3	POSTER A1 & A3V+ BINGKAI	150.000
4	PIN @RP. 5.000,- (10 BUAH)	50.000
5	STIKER	50.000
6	KERTAS A4 – 80 MG	80.000
	TOTAL BIAYA	1.090.000

(Sumber: Olahan Penulis)